المؤسسة الوطنية للنشر، الإتصال والإشهار

Entreprise nationale d'édition, de communication et de publicité

2002

دليل المؤسسات الوطنية

annuaire des entreprises algériennes

2a

LE PARI de la différence

L'Algérienne des Assurances

Spa au capital social de 500.000.000 de DA
Direction générale : 5, rue Med Belkacem, Oued Kniss - Alger
Tél. : (021) 47 68 72 à 77 - Fax : (021) 47 68 78

S O M M A I R E

- A - Institutions 19
- B - Agriculture 35
- C - Hydraulique, forêts, pêche 49
- D - Mines, énergie 57
- E - Chimie, pétrochimie 65
- F - Industries sidérurgiques et métallurgiques 75
- G - Industries mécaniques 91
- H - Industries électriques et électroniques 99
- I - Industries alimentaires 111
- J - Industries manufacturières 127
- K - Industries de la cellulose 147
- L - Matériaux de construction 153
- M - Travaux publics 157
- N - Habitat 171
- O - Transports 177
- P - Commerce 185
- Q - Finances 209
- R - Education - Formation 221
- S - Communication 239
- T - Tourisme 277
- U - Travail – Santé 287
- V - Jeunesse et Sports 305
- W - Bureaux d'études 309

□ Corps diplomatique et organisations internationales 317
□ Guide pratique 323

Préface

L'édition, une instance incontestée

Même intuitivement, on réalise qu'il y a deux façons de concevoir l'édition en tant que métier. Elle peut passer pour une simple activité économique, parfois fructueuse, ou alors comme une forme de participation à la valorisation du travail de l'esprit. Sans doute que les deux idées peuvent se côtoyer et s'amalgamer. Dès lors, on appréciera, dans une mesure fort variable néanmoins, le rôle et la place de l'édition dans l'évolution sociale et économique de la société.

La remarque, précisément par rapport à la seconde branche de l'alternative, semble a priori juste, mais il faut comprendre qu'elle n'est vérifiable que s'il existe comme un élan de la production intellectuelle et une force d'ascension qui pousse l'édition, tout au moins en partie, vers cette conception de sa propre existence.

Nous pensons que le mouvement de la société commence à s'opérer dans ce sens. La poussée est perceptible et chacun sent que l'activité de l'édition s'achemine progressivement vers des étapes qui l'amèneront à se déterminer par rapport aux perceptions qu'on peut avoir d'elle. Des choix se feront, et certains acteurs de la profession se risqueront à l'anticipation alors même que la norme sélective n'aura pas encore été dictée. On intitulera cette tendance " l'éclosion d'une perception moderne de l'édition ".

Aujourd'hui, l'ANEP qui se sait astreinte au changement, dans sa manière de vivre mais aussi dans sa façon d'interagir avec son environnement, tente de se redéfinir pour, à l'avenir, se positionner comme l'un des éditeurs nationaux de référence. L'héritage à assumer est difficile à gérer ; il impacte visiblement le rythme du changement. Il est, a contrario, un facteur de tempérament qui suscite lucidité et réalisme. Dès lors, notre démarche est prudente et nous aménageons notre réalité en nous basant sur l'existant et sur les possibilités offertes pour l'élargissement de l'action.

De ce point de vue, nous avons opté pour être des sujets actifs comme beaucoup de nos amis de la collectivité des éditeurs. Si l'année 2001 a été fructueuse avec 26 ouvrages édités, nous considérons qu'on peut mieux faire. Le sentiment s'est nettement formé à partir du constat que les potentialités sont discernables.

Mais même à s'en tenir à ce constat, il s'est posé que pour "faire mieux" et "faire plus", il y a tout lieu à " toiletter " notre ligne éditoriale et à lui consacrer plus d'ouverture et de portée. Il n'est plus concevable de pratiquer le cantonnement culturel, et ce n'est pas à proprement parler une formule emphatique. Nous avons conscience de notre passé et nous faisons au présent des choix que nous espérons justes pour notre identité et pour notre pérennité en tant qu'entreprise et sujet économique.

Concrètement, notre engagement et nos paris nous ont amenés à explorer de nouvelles voies et à pratiquer de nouveaux concepts. Au gros avantage de notre vocation à l'édition. A ce moment, nous avons rencontré des amis qui ont accepté d'être nos partenaires et surtout qui ont accepté de nous faire confiance. Nous citons en particulier, puisque la circonstance s'y prête fort bien, Dar El Farabi et le bloc d'éditeurs contrôlé par Hachette-Lagardère.

L'expérience qui se présente est porteuse et forte intéressante.

Avec l'éditeur Dar El Farabi, nous nous sommes associés aux droits d'exploitation sur des œuvres de qualité touchant un faisceau d'intérêt social, philosophique et littéraire. La texture et la substance en sont données par texte contractuel signé le 20 janvier 2001. Ce rapprochement a permis l'acquisition par l'Algérie des droits sur l'œuvre d'Amine Malouf. La palette et sa substance sont en accord avec la vision que nous voulons développer relativement à l'acte d'éditer.

Les œuvres sont transmises en langue arabe, après traduction, pour une meilleure irrigation du lectorat auquel on espère ainsi fournir des produits accessibles, et du coup rendre la réalité littéraire moins hermétique à cette large catégorie.

Il s'agit là d'un début de rapport entre partenaires qui ont décidé d'un commun accord de travailler ensemble dans la durée, et nullement au travers d'une opération ponctuelle d'opportunité.

L'arrangement contractuel qui soutient ce premier rapport significatif reflète parfaitement l'esprit égalitaire qui singularise l'idée du partenariat et ce, à tous les niveaux du complexe d'obligations. On y reconnaît le principe du partage des profits et des engagements financiers.

La répartition des tâches contractuelles y est également bornée quant à la publication et la diffusion des ouvrages sur lesquels Dar El Farabi disposait déjà du droit d'exploitation et de représentation, au titre du procédé et des conditions de divulgations préalablement obtenus.

Relativement à la question pécuniaire, nous soulignons que " l'égalité " a posé des solutions convenant à la nature et au niveau du rapport : le partage égalitaire des dépenses contractuelles (frais incluant la rémunération des auteurs, la traduction et la pré-impression). L'ensemble de l'économie du contrat de coédition porte sur 29 titres, dont 17 sont programmés pour une sortie imminente.

Une seconde voie a été ouverte par l'ANEP. La coopération avec le groupe Hachette-Lagardère, avec tout ce qu'il compte comme maisons d'édition, bénéficie aujourd'hui de l'acceptation commune. Le contrat signé le 19 septembre 2000 a donné à cette coopération sa première structure. La participation de l'ANEP au capital social de " Sédia ", filiale de Hachette en Algérie, en est le résultat le plus visible.

Cette direction nous ouvrira en tant qu'éditeur de multiples accès à la reproduction des œuvres françaises. En soi une évolution très présentable qui résulte, dans une mesure beaucoup plus large, de l'allure du mouvement d'idées propice à une telle entreprise.

La maison Grasset, aussi bien que les éditeurs qui gravitent autour de la sphère Hachette, nous rejoindront bientôt pour une contribution significative dans le segment de d'édition.

Nous avons dans le même temps suscité l'intérêt d'Al Ahram et de Dar Echourouk. Nous les avons convaincus de l'opportunité qu'offrirait un travail de concert, tant les opportunités de coédition sont réelles et prometteuses.

Les deux institutions nous ont rejoints sur le principe, et les contours d'une coopération future sont déjà tracés. Il reste la mise en place des conditions pratiques de mise en œuvre que nous travaillons sérieusement depuis plusieurs mois.

S'agissant de la production intellectuelle nationale, la proche perspective la situe au centre de nos intérêts. La logique de départ est ici respectée : l'évolution de notre pensée demeure en grande partie tributaire de l'apport attendu de nos intellectuels. Il nous appartient alors de favoriser la communication de la production qui s'en dégagera.

Trente-cinq ouvrages sont déjà au programme de l'année 2002. A titre de simples exemples : "L'Algérie à Evian ", "Tradition et Révolution" de Rédha Malek, "Le Journal de marche" de Abdehamid Benzine ainsi que son œuvre complète inédite, " Histoire, culture et société" de M. Lacheref et A. Djeghloul, "Barbaries coloniales" de Amar Belkhodja et "Mondialisation, l'espérance ou le chaos " de Ch. E. Chitour.

Parallèlement, la direction de la communication publicitaire s'est attelée à relancer des publications annuelles phares, comme l'Annuaire des entreprises, le Guide touristique de l'Algérie et les Tableaux de l'économie algérienne.

Avec l'Annuaire des entreprises, l'ANEP entend mettre à la disposition du public et des administrations une version élaborée d'un outil de référence qui fait défaut depuis 1996. Poursuivant son effort de promotion de l'information économique, l'ANEP le réédite dans une nouvelle forme. Des enrichissements de fond et de forme sont apportés dans cette nouvelle édition.

Embrassant tous les secteurs de l'économie algérienne, qu'il s'agisse d'institutions publiques, d'entreprises, de bureaux d'études..., l'utilisateur de ce document est motivé par la facilité dans la recherche des informations nécessaires (la dénomination de l'entreprise, ses coordonnées, ses prestations etc.).

Plus de 10 000 entreprises sont recensées, suivies d'une liste des ambassades et des organisations internationales installées en Algérie et d'un guide pratique pour les informations utiles. Le tout accompagné d'un index des entreprises et de celui des annonceurs qui ont choisi notre annuaire pour se faire connaître.

Enfin, l'édition 2001-2002 de l'Annuaire présente une banque de données ANEP qui vous sera bientôt proposée sur Internet.

On observera, au final, que la direction empruntée reformule notre ligne éditoriale. Elle donne un exemple, parmi d'autres, de coopérations économiques, mais aussi culturelles, qui s'additionnent pour former un trait constitutif de notre activité. Cela nous permettra d'avancer sans oublier que nous nous construisons, et que cette tâche qui prendra du temps n'est pas exempte de difficultés.

Il est certain, pour terminer, qu'un des sujets les plus marquants de la décennie en cours sera la question de la transmission de la pensée et de la culture, et que la préoccupation qui dominera sera le développement de l'économie du livre. Car, de notre point de vue, ce qui s'accroît à vue d'œil, c'est la fragilisation des défenses culturelles. Et le problème n'est pas nouveau, ni propre à notre pays. Il revient aujourd'hui avec davantage d'acuité.

Le débat dans ce sens s'annonce difficile. Car il nous renverra à nous-mêmes. Fascinés par les thèses versées par les doctrines successives, nous avons peut-être oublié, justement, un déterminant pour ce qui nous concerne.

Les égarements qui se sont emparés des sociétés et qui s'insèrent dans leur histoire ont généré des blocages qui ont lourdement pesé en infléchissant le cours de leur mutation.

La problématique de l'évolution sociale ne saurait s'affranchir de cette pesanteur. Tout comme la société ne peut s'exonérer de répondre de l'action humaine qui, en son sein, reflète l'indigence culturelle et intellectuelle. L'évolution qui mène à des systèmes sociaux forts est celle qui se fonde sur la raison.

Une vertu difficile à acquérir, car elle postule la prise de conscience collective du corps social par rapport à son sort et par rapport à la compréhension juste de ce que le monde est, de ce qu'il implique en bon et en mauvais, et enfin de ce qu'il impose en termes d'effort et d'engagement.

La raison n'est pas un mot d'ordre politique. C'est d'abord un état d'esprit et un trait distinctif de l'intelligence humaine. Un attribut social, sans lequel aucune construction ne peut être raisonnablement envisagée.

La fonction de la raison et de son élément nourricier, le savoir, doivent reprendre place, car elles conditionnent notre devenir et le monde qui en a fait sa norme ne se souciera point de notre incompréhension de cette réalité-évidence.

Le questionnement sur l'édition, notamment s'il doit se faire, devra intégrer cette vision vitale. Et les métiers du livre devront réajuster leur fonction pour corriger leur trajectoire et pour réviser leurs finalités. La plus grande attente est située à ce niveau.

Abdelkader Khemri

Directeur Général de l'ANEP
Responsable du groupe Presse et Communication.

ANNUAIRE
DES ENTREPRISES ALGERIENNES
2002

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : **Abdelkader Khemri** - DIRECTION DE LA COMMUNICATION : **Amar Belhimer** - CONSEILLER : **Slimane Benaziez** - CONCEPTION ARTISTIQUE, DESIGN : **Mohamed Bedroun - Mourad Aït Ahmed** - SAISIE ET SUIVI : **Mai Fettouma - Naila** - CORRECTION : **Mimia Boumalit** - DOCUMENTATION ET BASE DE DONNEES : **Mme Sabéha Akloul - Nadia Brahimi** - PUBLICITE : **Mlle Karima Bakir** SECRETAIRE GENERAL DE LA REDACTION : **Slah Eddine Guerram** - IMPRESSION : **ANEP Rouiba** - REGIE PUBLICITAIRE - VENTE : **28, rue Ahmed Ouaked - Dely Ibrahim - Alger** - ☎ 🖷 **021 36.68.16** - TRANSPORTEUR : **ANEP Messagerie Express**